

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana

Semester Genap 2014/2015

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DALAM MEMBENTUK *BRAND AWARENESS JUNIOR MASTERCHEF INDONESIA SEASON 2* di RCTI

Claudia 1501193826

LF51

Abstract

*Public awareness is very influential on a show that aired in the company's television stations. **The aim** of this study was to determine what strategies are used in forming the brand awareness Season 2 Junior MasterChef Indonesia on RCTI. **The method** used in this research is a case study with qualitative descriptive research. Strategic Public Relations is very influential on a lot or not the audience response to the show aired. So with the Public Relations strategy, is expected to help to achieve an increase in broadcasting the event on television. **The result** of this study it was found that public relations strategy to establish brand awareness Junior MasterChef Indonesia is very influential. This is evident from the strategies undertaken by public relations in a relationship with the media and the public. Due to the good relations with the media and the public to foster public interest in a program on television. (C)*

Keywords: *Public Relations, Brand Awareness*

Abstrak

Awareness masyarakat sangat berpengaruh terhadap suatu acara yang ditayangkan di perusahaan stasiun televisi. **Tujuan** dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan dalam membentuk *brand awareness Junior MasterChef Indonesia Season 2* di RCTI. **Metode** yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Strategi *Public Relations* sangat berpengaruh terhadap banyak atau tidaknya respon khalayak terhadap acara yang ditayangkan. Sehingga dengan adanya strategi *Public Relations*, diharapkan dapat membantu terwujudnya suatu peningkatan dalam penyiaran acara di stasiun televisi. **Hasil dari penelitian** ini ditemukan bahwa strategi *public relations* dalam membentuk *brand awareness Junior MasterChef Indonesia* sangat berpengaruh. Hal itu terlihat dari strategi-strategi yang dilakukan oleh *public relations* dalam menjalin hubungan dengan media dan masyarakat. Karena dengan menjalin hubungan baik dengan media dan masyarakat dapat menumbuhkan minat masyarakat terhadap suatu program acara di televisi. (C)

Kata Kunci : *Public Relations, Brand Awareness*